



Les 9 points-clé pour réussir votre activité de eCommerce

Ce document vous permettra de vous poser les bonnes questions avant de vous lancer dans une démarche de création d'un site ou d'une boutique de e-commerce sur internet.

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Besoin et stratégie	1. Je choisis le type de site le plus approprié en fonction de mon besoin.	<p>Est-ce que je veux simplement présenter mon activité via le net ou est-ce que je veux pouvoir vendre mes services/produits par ce canal? De ce choix dépend le type de site qu'il vous faudra administrer, ainsi que le coût.</p> <p>Est-ce que la vente par internet est un canal unique de vente ou un canal complémentaire un autre réseau de distribution (marchés, boutique, porte à porte, etc.) ?</p> <ul style="list-style-type: none">> Canal unique: attention, vendre sur Internet demande du temps et de l'investissement, et ce dans les même proportions que pour une boutique ou un marché.> Canal complémentaire: avec quel objectif ? Conquérir une nouvelle clientèle, fidéliser votre clientèle actuelle ?

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Concurrence et positionnement	2. Je connais la concurrence et je me démarque.	<p>Il est primordial de définir clairement votre positionnement : sur internet, il suffit d'un clic pour comparer votre offre à celle de vos concurrents ... qui peuvent se trouver sur la planète entière</p> <p>> Définir votre positionnement : Qu'allez-vous proposer aux internautes ? Quels concurrents le propose déjà ? Sur internet? Dans des boutiques physiques ? Qu'est-ce qui va vous différencier et faire que l'internaute achètera sur votre site plutôt qu'ailleurs? Vos prix, vos produits, vos services spécifiques ?</p>
Expérience et démarche progressive	<p>3. J'ai une première expérience sur Internet et je procède de manière progressive, par étape.</p> <div style="text-align: center;"> <p>Sites vitrine Blogs, Facebook</p> <p>∨</p> <p>Places de Marché eBay, Price Minister, le bon Coin, etc.</p> <p>></p> <p>Plate-formes ou boutique « clés en main » Powerboutique, Oxatis, Amen, Solution TPE, etc.</p> <p>></p> <p>Agence Web Prestataire spécialisé pour réaliser un site</p> </div>	<p>Il est recommandé de procéder par étapes dans la vente sur Internet, afin de vous familiariser avec l'outil et les usages.</p>

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Présentation professionnelle et attractive du site	4. Sur mon site, je veille à une présentation professionnelle, rassurante et attractive	<p>Soyez court, clair et précis dans vos descriptifs de produits, et soignez la syntaxe et l'orthographe</p> <p>Ne perdez pas de vue votre objectif: rassurer, et donner envie d'acheter. Votre client ne peut pas toucher les produits: fournissez-lui des photos et informations factuelles (taille, matière, marque, poids, etc.).</p> <p>Soyez transparent sur les tarifs de livraison, et donnez des gages de sécurité et de sérieux : logo de vos services de paiement et des solutions de sécurisation, contact pour le service après vente, etc.</p> <p>Attention à ne pas trop charger votre site d'animations : cela peut rendre confuse la navigation sur votre site et peut entraîner des difficultés de téléchargement pour des visiteurs à faible débit.</p>
Référencement et visibilité	5. Je prends le temps de travailler sur le référencement de mon site pour être rapidement visible	<p>Créer un site Internet, c'est un peu comme ouvrir son magasin : une fois lancé, l'enjeu est de faire venir les internautes !</p> <p>> Qu'est-ce que le référencement ? Le référencement consiste à positionner son site dans les moteurs de recherche de telle façon à ce que lorsque votre client cherche un produit, le moteur de recherche lui propose votre site dès les premiers résultats.</p> <p>> Pourquoi est-ce important de bien se faire référencer ? 54% des internautes ne visualisent que la première page des résultats proposés par un moteur de recherche.</p>

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Logistique	6. Je mets la logistique au cœur de mon organisation	<p>Attirer des clients, c'est bien, les satisfaire, c'est mieux !</p> <p>Organiser la logistique liée à votre activité : comment livrer et à quel prix ? Quels délais ? Quelle politique commerciale pour les livraisons ?</p> <p>Autant de questions auxquelles il est indispensable d'avoir une réponse claire et avisée avant de démarrer son activité en eCommerce. La logistique représente un budget important et fait l'objet de réglementations.</p> <p>Les deux modes de livraison les plus utilisés :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Point relais: rapide, sûr et à coûts réduits > Au domicile du client: La Poste (Colissimo) ou les livraisons express (Chronopost...). <p>Facturer au mieux les frais de port :</p> <ul style="list-style-type: none"> > Forfait: gestion simplifiée pour le commerçant et offre unique pour les clients > En fonction du poids: gestion plus complexe pour le commerçant car les commandes demandées d'être calculées individuellement et sont facturées au plus juste. <p>L'Asile Colis :</p> <p>Cette pratique consiste à proposer à des partenaires de mettre dans les colis leur publicité contre rémunération ou financement des frais de livraison, peut être intéressante.</p> <p>Drop shipping: Envoi du produit par un tiers Ce système, très utilisé dans les pays anglo-saxons, consiste à vendre des produits que l'on n'a pas concrètement en stock : votre site est uniquement un site référencier. Le client final commande sur votre site, vous informez le fournisseur qui vous facture le prix du produit et qui envoie directement le produit au client final.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Avantages: pas de gestion de stock, des besoins et trésorerie plus faibles. > Limites: forte dépendance vis à vis des fournisseurs. La qualité De service et de relation client dépend uniquement du fournisseur (délais de livraison, produit correspondant à la commande, etc.) et supposent une solide relation de confiance et bon contrat entre vous et votre fournisseur.

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Modalité de paiement	7. Je propose les bonnes modalités de paiement à mes clients	<p>La vente de produits ou de services via un site e-commerce doit offrir la possibilité aux visiteurs d'acheter concrètement en ligne, via des solutions de paiement sécurisées. Site hébergé sur une plate-forme ou fait sur-mesure par une agence : une solution de paiement sécurisée est généralement comprise dans l'offre.</p> <p>En revanche, la création de son propre site impose à son créateur de choisir un moyen de paiement pour ses clients.</p> <p>4 solutions principales de règlement:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Chèque / virement > Portefeuille en ligne de type Paypal > Carte bancaire de paiement > Facturation sur abonnement internet
Juridique	8. Je veille sur la qualité de mes contrats et je maîtrise les aspects juridiques du eCommerce	<p>Il convient d'être particulièrement vigilant sur:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Les modalités du contrat avec votre prestataire (boutique cle-en-main ou agence): durée de l'engagement, récupération des bases de données en cas de changement de prestataire ou de solution technique, pleine propriété du nom de domaine, etc. > La mise en ligne d'un contrat-type qui s'applique aux transactions avec les clients finaux, et qui doit se conformer à des règles précises : capacité et identification des parties, objet du contrat, consentement des parties, règle d'opt'in en terme de newsletter et prévention du spam, identification claire du commerçant et de sa structure dans les mentions et déclarations légales obligatoires. <p>Se renseigner et consulter un juriste vous évitera d'omettre des points légaux essentiels.</p>

Point-clé	La bonne question à se poser	Informations complémentaires
Temps d'animation et de visibilité du site	9. J'investis du temps dans l'animation du site et la fidélisation de mes clients	<p>La création et la mise en valeur d'un site internet suppose un réel investissement en temps pour le faire vivre et le maintenir visible : ne sous-estimez pas ce temps qui est incompressible.</p> <ul style="list-style-type: none"> > Gestion de votre boutique: mise à jour produits / services / prix, gestion des stocks, suivi des commandes, relation client, etc. > Veille concurrentielle: se tenir au courant des nouveautés dans votre secteur, des offres de ses concurrents, pour ajuster en continu son positionnement commercial, notamment sa la politique de prix. > Mise à jour quotidienne du contenu: Même si c'est a minima, tel faire remonter un article déjà présent en haut d'une page, mettre un article en ligne ou une information, insérer une photo, mettre une news à destination des clients, c'est indispensable pour le référencement et la visibilité. > Travail sur son référencement naturel, suivi et analyse des flux via les outils statistiques, présence et animation des réseaux sociaux et forums spécialisés, envoi de newsletter aux clients et prospects, etc.

**OFFRE SPÉCIALE
EN NOVEMBRE**

**VOTRE SITE INTERNET
POUR 1 €/MOIS***



* Engagement sur 12 mois, soit 12 euros par an pour tout microcrédit souscrit en novembre

- Besoin d'informations supplémentaires ? Rendez-vous sur le forum d'Adie Connect, ou contactez votre conseiller pour suivre une formation adaptée à tous les aspects eCommerce !**

N°Vert 0 800 800 566

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE